

DAFTAR PUSTAKA

- Afriza, E. F. (2019). *Analisis Kualitas Produk dan Layanan Purnajual Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Honda All New Vario 125 Melalui Citra Merek Sebagai Mediator*. MBIA, Vol.18, No1, 37-48.
<https://journal.binadarma.ac.id/index.php/mbia/article/view/320/146>
- Kotler P, Armstrong, G.(2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*(Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Lase, A. Y. P. (2020). *Pengaruh Pelayanan Purna Jual Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Asus Service Center Kota Jambi*. Science of Management and Students Research Journal (SMS), 1(6), 193-199.
- Yusup, M., & Sutopo, S. (2011). *Analisis pengaruh promosi, harga, kualitas produk dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas diponegoro semarang)*. (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Nugroho, R. H. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Sabun Pembersih Wajah Garnier (Studi pada Konsumen di Kota Surabaya)*. NUSANTARA Jurnal Ilmu Pengetahuan.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Sugiyono.(2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.Yogyakarta: Alfabeta.
- Suhaya, S. (2020). *Antiseden Keputusan Pembelian Konsumen Tisu Merek Alfamart*. Scientific Journal Of Reflection : Economic, Accounting, Management and Business, 3(1), 91-100.
<https://doi.org/10.37481/sjr.v3i1.119>
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.